



FUNDAÇÃO AEP

Encontro

**"A Indústria dos
Materiais de Construção"**

19 de Julho de 2012



AEP
FUNDAÇÃO

Encontros

“A Indústria dos Materiais de Construção”

19 de Julho de 2012



Patrocinador exclusivo

Título
Encontro
"A Indústria dos Materiais de Construção"

Edição
Fundação AEP

Capa
Webrand

Execução Gráfica
Multitema

Depósito Legal
360148/13

ISBN
978-989-98453-3-6

Porto, Maio 2013

ÍNDICE

Apresentação	5
Introdução	6
Recomendações e Conclusões	7
Tema I - "Inovação"	7
Tema II - "Sustentabilidade"	15
Tema III - "Internacionalização"	23
Participantes	28

APRESENTAÇÃO

A Fundação AEP procura estar atenta à evolução de sectores que possam reforçar a nossa base económica e que precisem, para isso, de alguma forma de ação.

Para tal, foram definidos alguns domínios que nos pareceram ser de interesse. Para discutir o que é mais conveniente fazer, adotou-se a forma de Encontro para o qual se convidaram especialistas que trocaram entre si opiniões e fizeram recomendações.

O modelo dos Encontros é o seguinte: começa-se por uma reunião geral; divide-se o grupo em subsectores que são aprofundados; são designados um moderador e um relator de cada subgrupo; almoça-se em conjunto dispersando os participantes de cada subgrupo; continua-se com a discussão parcelar; junta-se o grupo para ouvir e discutir as recomendações transmitidas pelos relatores; procura-se chegar a uma versão de recomendações que tenha o consenso dos participantes.

O texto que se segue traduz o que se passou no Encontro sobre “A Indústria dos Materiais de Construção”. Este será posto no nosso site e distribuído aos participantes e a entidades que a Fundação AEP entenda como tendo capacidade de decisão no sector ou como fazedores de opinião.

Deste modo se procura alertar a nossa classe empresarial para a existência de novas oportunidades de investimento, quer em sectores tradicionais, em novas atividades, quer em sectores inovadores.

INTRODUÇÃO

O sector dos materiais de construção é tradicionalmente, em Portugal, muito diversificado e dinâmico. A nossa própria indústria de construção consumirá os seus produtos em larga quantidade e muitos industriais conquistaram mercados externos que asseguraram a sua prosperidade durante muito tempo.

Como se sabe, a crise que vivemos fez arrefecer o mercado interno e alguns dos mercados externos para os quais exportávamos bem e que, por sua vez e por diversas razões, também entraram em perda. Tais são os casos, nomeadamente, de Espanha e dos Estados Unidos.

O mercado interno vai demorar a ver-se reabilitado. E, quanto ao mercado externo, é preciso diversificá-lo muito para garantir uma produção multisectorial e desagregada como é a nossa.

Quando se faz a lista dos subsectores deste sector, em que temos produtores credenciados, vemos que ela é enorme e recheada de bons representantes. Por isso, para discutirmos o sector, resolvemos adotar uma aproximação transversal, não seguindo uma arrumação vertical, mas organizando a troca de impressões em torno de três perspetivas que atravessam todos os subsectores:

- Inovação
- Sustentabilidade
- Internacionalização

RECOMENDAÇÕES E CONCLUSÕES

“Inovação”

Em relação à indústria dos materiais de construção a reflexão começou sobre o que poderia ser o mercado nacional da construção. Existe a convicção que o volume de construção no futuro vai ser substancialmente reduzido em relação ao que se verificava no início deste século, por volta de 2002, e que a reabilitação vai ter um papel mais importante.

Portanto, a inovação em materiais de construção terá que ter em atenção a componente reabilitação não só para o mercado interno como também para o mercado europeu, para os nossos vizinhos que sempre adquiriram os nossos produtos.

Há uma ideia, e os números do Censos 2011 referem-no, que dos 6 milhões de fogos que há em Portugal, cerca de 700 mil estão arrendados e aproximadamente outros 700 mil não estão ocupados, o que significa que a construção nova provavelmente vai ter alguma dificuldade nos próximos anos e isto justifica a importância que vai ter a reabilitação.

Olhando para os restantes países europeus, já há muito tempo que a reabilitação tem um peso significativo. Todos os materiais e todas as soluções que tenham em atenção a reabilitação estão com certeza no bom caminho.

Recomendação n.º I.1

Valorizar as ideias

Deve ser fortemente incentivada a promoção de novas ideias na área dos materiais de construção, nomeadamente através dos jovens, e que assente em dois princípios fundamentais: a física como fator de caracterização e a inovação no design, assegurando subsequentemente que essas ideias são corretamente aproveitadas e valorizadas, integrando a cadeia de valor das empresas.

Recomendação n.º I.2

Orientar a I&D

Uma ideia, por si só, não é suficiente. É necessário investigar, é necessário utilizar conhecimento disponível (p.e. nas universidades) para poder valorizar essa ideia, para poder estar seguro de que esse novo material ou esse novo componente vai ter um desempenho adequado e uma durabilidade adequada.

Para isso é necessário que haja uma interação mais clara e mais intensa entre as empresas e as universidades e centros de investigação. Sempre houve um desfasamento: por um lado as universidades apresentam um caminho próprio, normalmente de resposta lenta, e por outro lado as empresas, que desejam uma resposta muito rápida, não sendo a interface entre estas duas realidades efetuada da melhor forma.

Poderia ser uma ideia interessante especificar que se nas bolsas de doutoramento, ou em projetos de investigação, estivesse associada uma empresa da área dos materiais de construção com carácter exportador. Nesse caso poderia haver uma bonificação ou outro tipo de incentivo, de modo a fomentar a valorização do conhecimento produzido e das ideias geradas por estes projetos, aproximando-os dos utilizadores finais.

Envolver mais dinheiro significa direcionar um pouco a investigação que se está a fazer. Também se recomenda que nesta área da ligação da indústria e das universidades é necessário envolver vários centros de saber e pode ser necessário envolver vários materiais para que se consiga um produto inovador, seja um material ou um componente, com efetivas mais-valias para os utilizadores finais, logo com maior potencial exportador.

Recomendação n.º I.3

Estimular o conhecimento

É necessário mais conhecimento. Significa isto que a investigação devia conduzir à obtenção de resultados que permitam uma transferência tecnológica, de forma que esses conhecimentos pudessem ser incorporados no processo industrial e só a partir daí é que se poderia criar, com mais investimento, mais emprego, etc.

RECOMENDAÇÕES E CONCLUSÕES

Recomendação n.º I.4

Desenvolver as competências

Ideias -> investigação -> conhecimento -> competências

Não se pode começar com uma folha em branco. Nesta área foi realçado que serão de valorizar as situações em que há já competências e que vão ser melhoradas. Mais do que partir de uma folha em branco, o percurso é sempre mais difícil quando não há uma primeira fase preparatória, ou quando não há um caminho percorrido, pelo que a valorização das competências é muito importante. Por outras palavras, há que encontrar, nas associações profissionais, as armas mais interessantes e há que encontrar nas universidades as competências que estão disponíveis, e não tentar encontrar nas universidades aquilo a que elas não têm capacidade de responder, ou na indústria tentar desenvolver algo para que não têm nenhuma formação específica de base.

Recomendação n.º I.5

Promover novas estratégias baseadas no custo

A capacidade de inovação tem que estar diretamente associada com o custo.

Primeiro, os materiais podem ser tradicionais, mas ter um carácter inovador. Segundo, os materiais podem ter que transmitir às pessoas uma emoção, ou seja, na lógica que vinha dos anos 90 do século passado, uma vontade de ter sempre produtos diferentes, na procura constante de valor acrescentado.

Mas hoje estamos numa fase em que, para além da tradição e da emoção, há a fase da razão económica. É preciso preparar materiais com carácter inovador, que tenham um custo razoável. Há duas lógicas: devem ser incentivados produtos que tenham baixo custo e que sejam populares (inovadores e simultaneamente populares), e aí o baixo custo pode ter sentido; por outro lado pode fazer sentido a inovação em produtos que são produzidos a muito menor escala mas que apresentam um valor acrescentado considerável e isso é fruto também da inovação.

Recomendação n.º I.6

Conhecer as exigências técnicas dos mercados

A inovação e a exportação pressupõem que se conheçam os mercados para os quais se está a produzir. E se a produção é dirigida para o mercado europeu o quadro está relativamente bem definido. Há um conjunto de normas europeias e de regulamentos que constituem exigências a que os produtos que são inovadores se encontram obrigados, que faz com que tenham de ser testados, em laboratório, para se poder conhecer qual é o seu desempenho, antes de poderem ser colocados em comercialização.

Mas há outros mercados, particularmente o mercado africano, que tem exigências completamente diferentes, diferenças até do ponto de vista climático, devendo, portanto, haver uma adaptação daquilo que se está a medir e daquilo que tecnicamente se pretende evidenciar, utilizando apenas o valor justo necessário para ser competitivo e para poder mais facilmente entrar nesses mercados.

Mas mais cedo ou mais tarde, a importância da qualidade do produto acaba por se tornar relevante, qualidade essa que tem de ser depois auxiliada e complementada, por exemplo, através da produção de manuais técnicos elaborados em cooperação com esses mesmos países.

Recomendação n.º I.7

Proteger a inovação

No mundo atual tudo circula muito rapidamente e quando há alguma inovação deve haver uma preocupação de a proteger, através de uma patente industrial ou algo similar, para que não seja destruído o esforço criativo e o esforço de inovação por parte das empresas e por parte das universidades e centros de investigação.

RECOMENDAÇÕES E CONCLUSÕES

Recomendação n.º I.8

Apostar em sistemas integrados

Não se deve ter apenas como objetivo a venda de “materiais”, ou apenas a sua promoção, do ponto de vista da inovação e da internacionalização, mas antes apostar em componentes ou sistemas integrados. Por outras palavras, um “kit”, compreendendo em si um conjunto de diversos materiais que o compõem.

Esse kit pode ter duas vertentes: pode ser um kit simultaneamente aberto, onde possam encaixar materiais de natureza diferente, mas pode haver também interesse estratégico se houver um conjunto de empresas, que podem ser complementares, para que esse kit possa ser fechado.

Quando estamos a falar de mercados africanos pode fazer sentido, para certas regiões, haver um kit quase completo, em que várias empresas surgem associadas – isoladamente não conseguiriam fornecer estes materiais, mas em conjunto, de modo integrado, já teriam capacidade para dar resposta às necessidades.

Recomendação n.º I.9

Estruturar novas abordagens ao mercado africano

Especialmente nos países africanos, os níveis de regulamentação, de normas, de manuais, etc., são substancialmente inferiores relativamente aquilo que se verifica em Portugal (o que para nós é uma vantagem).

Este facto constitui uma oportunidade de cooperação com esses países, pelo que se recomenda uma abordagem ao nível governamental para a produção de manuais técnicos que, para aquela realidade concreta, pudessem balizar um nível mínimo de qualidade. Essa cooperação poderia, até mesmo, passar pela elaboração de documentos normativos ou regulamentares – de que já há experiências do passado, até aos anos 70 – e que hoje se revestem de particular relevância pela vantagem que traria para as empresas portuguesas, ao poderem mais facilmente conhecer e cumprir a regulamentação exigida, o que constitui um interesse estratégico a este nível.

Recomendação n.º I.10

Promover a utilização de materiais nacionais na reabilitação

Ao nível nacional, os produtos portugueses deviam ser objeto de uma enorme sensibilização, sobretudo na área da reabilitação, para a sua utilização preferencial.

A reabilitação usa mão-de-obra intensiva e essencialmente produtos locais, devendo-se incentivar, através de programas muito claros, dos benefícios da utilização dos produtos portugueses, e da não necessidade de importação – não se está a falar de protecionismo, mas de um incentivo à utilização de materiais produzidos em Portugal.

A tendência atual é a do desaparecimento de algumas empresas de materiais de construção. A médio prazo, isto levará à destruição da atual rede de distribuição baseada em pequenas empresas de materiais de construção ou de componentes para a construção, um cenário que terá repercussões muito negativas, levando a que daqui a alguns anos subsistam apenas grandes redes de distribuição de materiais de construção, que terão um interesse mais multinacional, prejudicando claramente a indústria portuguesa.

Recomendação n.º I.11

Desenvolver produtos de caráter multifuncional

É importante que nos processos de inovação haja uma preocupação de, sempre que for possível, ter como objetivo alcançar produtos de caráter multifuncional. A inovação pode exigir estas múltiplas valências, em que por vezes um pequeno detalhe pode fazer toda a diferença, permitindo que certos produtos possam ser colocados no mercado com mais facilidade.

RECOMENDAÇÕES E CONCLUSÕES

Recomendação n.º I.12

Identificar setores com elevado potencial de inovação / exportação

Recomenda-se por fim que se deveriam escolher determinadas áreas dentro da indústria dos materiais de construção que pudessem ser identificadas como mais relevantes, dentro daquilo que são os materiais de construção clássicos.

As matérias-primas para a indústria cerâmica têm potencial de exportação.

As rochas ornamentais portuguesas apresentam também um elevado potencial de crescimento, atendendo a que atualmente a maioria das vendas referem-se aos blocos em bruto, pelo que fará todo o sentido estudar e poder vender um produto que tenha uma mais-valia, o que seria muito útil para a empregabilidade e para a criação de riqueza.

A floresta e a indústria das madeiras, em que existe potencial para que, p.e., certos componentes como portas e outros materiais pré-fabricados, que são materiais leves, poderem com toda a facilidade ser transportados e exportados.

Na indústria da cortiça, um material emblemático em Portugal, faria todo o sentido que as suas diversas componentes pudessem ter um carácter inovador, porque é um material natural e certas aplicações de interiores são particularmente bem recebidas em países nórdicos.

A indústria das tintas tem muita relevância ao nível ibérico, com grande capacidade criativa.

A indústria dos componentes, como o alumínio, onde o componente no seu conjunto pode ser exportado.

Por último, mas não menos relevante, o caso do cimento, onde existe capacidade produtiva de qualidade, havendo já relações internacionais que poderão permitir potenciar a sua exportação, alargada a todos os seus derivados, incluindo alguns materiais simples que são compósitos e que podem ser vendidos com toda a facilidade.

RECOMENDAÇÕES E CONCLUSÕES

“Sustentabilidade”

A análise teve como ponto de partida a identificação dos constrangimentos, oportunidades, e fatores de desbloqueio desses mesmos constrangimentos, de modo a gerar assim algumas recomendações que possam ser úteis nesta relação da sustentabilidade com o setor dos materiais de construção, setor este que é muito abrangente e que constitui uma área com um elevado potencial de exportação. Como resultado, o grupo de reflexão sobre a sustentabilidade e os materiais de construção identificou nove recomendações.

Recomendação n.º II.1

Melhorar a logística dos transportes

A primeira recomendação está relacionada com o constrangimento da logística dos transportes.

Este constrangimento atual, com os transportes de mercadorias, é causado pelo desequilíbrio nos fluxos de importação e de exportação, causando uma dificuldade acrescida às empresas em que a questão do transporte internacional é uma realidade do seu quotidiano. Este facto, um dos aspetos mais referidos por todos os intervenientes, conduz à recomendação da necessidade para uma organização sustentável dos transportes, tida como essencial para o sucesso da internacionalização neste setor.

O transporte ferroviário, para o mercado europeu, foi identificado como sendo uma alternativa positiva em termos de sustentabilidade, havendo até uma experiência internacional bem-sucedida que deveria ser alargada para um formato trans-Pirinéus, que teria de incluir a resolução do problema da bitola. Complementarmente, a alternativa ferroviária em termos nacionais continua inoperativa, com custos elevados, e uma gestão ultrapassada e anacrónica. Há que aprender com o caso internacional.

Também este ponto tem impacto em termos de sustentabilidade pois a utilização dos meios ferroviários apresenta uma menor emissão de CO₂ relativamente a outras alternativas.

Encontros | “A industria dos Materiais de Construção” - “Sustentabilidade”

Estes constrangimentos na logística dos transportes podem conduzir a duas situações:

- deslocalização da produção (perda de emprego)
- mudança de mercados-alvo (processo mais moroso e difícil)

mas que são, contudo, processos mais lentos e que constituem fontes de perturbação no funcionamento das empresas e que acabarão por ter um impacto negativo no valor acrescentado que estas serão capazes de realizar.

Recomendação n.º II.2

Intensificar a diplomacia económica

A perspetiva de alteração de mercados-alvo, motivada quer pelos constrangimentos logísticos, quer pela substituição daqueles que estão em recessão para outros mais emergentes, conduz a outra recomendação relativa à eficácia e ao enfoque da ação da diplomacia económica de Portugal no estrangeiro, para ajudar a levantar barreiras alfandegárias ou técnicas existentes em certos países.

Há o caso do Brasil, em que as barreiras alfandegárias são evidentes e altamente limitadoras para as empresas que para lá queiram exportar, ou o caso do mercado francês, com a questão da imposição de barreiras técnicas relativas aos ensaios de normalização dos produtos para poderem lá entrar.

Em termos da sustentabilidade, qualquer uma das possibilidades resultantes destas duas perspetivas, deslocalização da produção ou mudança de mercados, acabará por ter um impacto negativo em termos de emissões de CO₂, pelo que também por este motivo se revela da maior importância o papel de uma diplomacia económica atempada, minimizando as repercussões para as empresas.

RECOMENDAÇÕES E CONCLUSÕES

Recomendação n.º II.3

Reforçar as redes de cooperação

É necessária uma aposta num forte trabalho em rede para as empresas do sector, quer no domínio da internacionalização, quer no desenvolvimento de soluções integradas sustentáveis.

Pretende-se, assim, reforçar junto do meio empresarial a importância do papel dos Clusters e dos Polos de Competitividade e Tecnologia, que procuram dinamizar, com as associações empresariais nacionais e setoriais, o trabalho em rede, em apostar na possibilidade de se pedir ajuda a outras empresas e entidade, tanto na esfera da internacionalização – na cooperação para a internacionalização – como na própria esfera do desenvolvimento de produtos, i.e., para o desenvolvimento de soluções integradas, com a tónica na sustentabilidade, e que muitas vezes se torna essencial para que se possa apostar no desenvolvimento de soluções integradas, com o produto incorporado na solução, como forma de caminhar no sentido da sustentabilidade. Esta recomendação é aplicável aos diferentes subsectores da indústria dos materiais de construção.

Recomendação n.º II.4

Simplificar a legislação atual

Torna-se crucial a simplificação e adequação da legislação, tendo em conta o impacto sobre o posicionamento das empresas no mercado global. A posição relativa para os mercados/países concorrentes tem causado situações diversas de desfavorecimento mais ou menos temporário e até de alguma “concorrência desleal”.

Esta recomendação é direcionada fundamentalmente para o estado, mas não só, no domínio da simplificação, por um lado, e pela adequação, por outro lado, da legislação em vigor e que resulta muitas das vezes da transcrição de diretivas europeias, ou outras. Tem-se verificado algum excesso de zelo, resultando numa legislação complicada e que muitas vezes não é contínua e muda com o tempo, o que acaba por ter um grande peso sobre as empresas, nomeadamente sobre o seu posicionamento no mercado global.

Tem-se verificado também algum desfasamento temporal na transposição de diretivas europeias, em que Portugal por vezes é muito rápido na sua implementação, enquanto em Espanha, também obrigada à sua transposição, estes processos por vezes são arrastados durante muito tempo, atrasando a sua entrada em vigor, o que acaba por causar alguma “concorrência desleal”, relativamente às obrigações a que as empresas se encontram abrangidas.

Recomendação n.º II.5

Criar estabilidade nas políticas públicas

É fundamental a existência de uma estabilidade e continuidade nas políticas públicas, como por exemplo na política energético-ambiental para este sector, atendendo ao impacto que é causado na sustentabilidade dos investimentos e dos produtos associados.

Tem-se verificado uma mudança constante de rumo, de que o caso dos incentivos na energia solar é um exemplo típico – primeiro apoia-se e depois retiram-se os incentivos de repente. Também o caso da cogeração – que sofreu um agravamento substancial na rentabilidade da sua atividade – permite mostrar os efeitos que podem advir de uma instabilidade ou falta de continuidade nas políticas, provocando um impacto negativo e de desorientação no setor empresarial.

Recomendação n.º II.6

Desenvolver sistemas integrados de valor acrescentado

Deve-se assumir o mercado da reabilitação como o emergente e se calhar único, pelo que há necessidade, do ponto de vista das empresas envolvidas, de apostar no desenvolvimento de soluções ou sistemas de reabilitação integrados, de maior valor acrescentado, com baixo tempo de execução e que incorporem produtos sustentáveis.

Esta necessidade deve ser acompanhada por uma aposta na formação/qualificação, não só dos prescritores (engenheiros, arquitetos, decisores, etc.) mas também de instaladores

RECOMENDAÇÕES E CONCLUSÕES

das diversas soluções de reabilitação. Salienta-se neste domínio a intervenção necessária na área da formação técnico-profissional. A reabilitação só será um instrumento de alavancagem do emprego e das empresas se se tornar atrativa ao investimento. Para isso tem, em comparação com a situação corrente, de compensar em termos fiscais, ser mais rápida e de custos mais contidos do ponto de vista técnico e financeiro.

Por outro lado a criação de novos sistemas integrados levanta outros desafios, como a necessidade das empresas incorporarem inovação e desenvolvimento nos seus produtos, devendo para tal reforçar as suas ligações com o setor científico e tecnológico, criando assim oportunidades em termos de inovação e de posicionamento no mercado que importa explorar.

Recomendação n.º II.7

Promover a marca “Portugal”

Recomenda-se, também, uma aposta na promoção inteligente da marca “Portugal” neste sector, pegando em ideias como a qualidade da indústria nacional, dos seus arquitetos e engenheiros, da qualidade da mão-de-obra portuguesa visível pela impressão que deixa espalhada pelo mundo.

É urgente avançar neste sentido para que as empresas nacionais não tenham de esconder a marca “Portugal” dos seus produtos para conseguir entrar em mercados estrangeiros, embora depois de um primeiro contacto haja o reconhecimento da qualidade na nossa produção, nos nossos produtos e nas nossas empresas.

Portanto, há aqui essencialmente um trabalho de marketing forte a fazer sobre esta marca “Portugal”, apostando na qualidade visível dos nossos arquitetos e engenheiros, dos instaladores que se encontram espalhados pelo mundo e que são o reflexo dessa qualidade na construção, bem como da indústria nacional e da sua produção.

Recomendação n.º II.8

Desenvolver instrumentos qualificadores

É imperiosa uma aposta clara do sector no desenvolvimento de instrumentos qualificadores no domínio da sustentabilidade como as declarações ambientais de produto. Esta pode ser uma ferramenta útil para ultrapassar eventuais e atuais barreiras à exportação dos nossos produtos e também uma ferramenta útil para a melhoria da sustentabilidade dos produtos da construção. Estes poderão, assim, ser mais facilmente recomendados para as “compras públicas verdes” devendo, neste caso, o próprio Estado ser um exemplo público de exigência na reabilitação dos seus próprios espaços.

Relativamente às questões de normalização, há um comité técnico – o CEN/TC 350 – criado pelo Centro Europeu de Normalização, que se encontra a trabalhar num conjunto de normas de sustentabilidade na construção. Desde outubro de 2011 que este comité tem lançado normas sucessivas neste domínio, tendo em janeiro de 2012 aprovado uma norma sobre a declaração ambiental de produto, que é uma ficha técnica de descrição de um conjunto de impactes ambientais dos materiais de construção, que estará em vigor a partir de junho de 2013.

Esta declaração ambiental do produto apresenta um conjunto de requisitos básicos, dos quais alguns são relativos ao uso sustentável dos recursos, i.e., dos materiais de construção e, numa das suas condicionantes, é referida a utilização das declarações ambientais do produto como um instrumento para provar essa mesma sustentabilidade.

É desejável uma aposta clara deste setor no desenvolvimento destas declarações ambientais, acompanhadas pelas declarações do fabricante, que podem ser uma ferramenta útil em dois sentidos: por um lado, para ultrapassar eventuais barreiras à exportação, que começam cada vez mais a exigir este tipo de conformidade e, por outro lado, pode também ser um instrumento eficaz para identificação dos pontos fortes e fracos desse mesmo produto, uma aposta clara na eco-inovação e, portanto, no desenvolvimento do produto, em termos de uma melhoria da sua sustentabilidade e, logo, da minimização dos seus impactos.

Para além disto, estas ferramentas podem também ser usadas para recomendar estes

RECOMENDAÇÕES E CONCLUSÕES

produtos no âmbito das compras públicas sustentáveis, que hoje se designam “compras verdes”, devendo evidentemente neste caso que a recomendação seja feita com o Estado e ser, também, um exemplo na reabilitação dos seus próprios edifícios, utilizando compras públicas sustentáveis.

De referir que o cluster Habitat Sustentável está a desenvolver, em colaboração com um conjunto de associações empresariais, o DAPHabitat – Sistema de Registo Nacional de Declarações Ambientais de Produto para o Habitat, que pode ser acedido na internet pelo endereço www.daphabitat.pt, e que se encontra em consonância com uma série de operadores europeus destas declarações, procurando harmonizar com estes que as declarações registadas em Portugal sejam reconhecidas noutros países sendo, portanto, um sistema que poderá ter um impacto positivo significativo para o setor dos materiais de construção.

Recomendação n.º II.9

Premiar a sustentabilidade na construção

Por fim é recomendada a criação de instrumentos que permitam premiar a sustentabilidade global na construção e reabilitação. A incorporação de medidas de eficiência hídrica, energética e de poupança de recursos naturais podem ser traduzidos em benefícios municipais ou nacionais ou, ainda, traduzir-se em certificados brancos, ou outros, para o investidor.

Neste domínio há já municípios, ainda poucos, que premeiam, por exemplo através da redução de taxas municipais, os edifícios que tenham sido construídos ou reabilitados ao mesmo tempo que foram analisados do ponto de vista da sustentabilidade da construção. Hoje existem já sistemas de avaliação da sustentabilidade na construção e isso pode funcionar também como um instrumento que promova a sustentabilidade global ou no uso de materiais de construção sustentáveis, nestes processos de construção e reabilitação.

RECOMENDAÇÕES E CONCLUSÕES

“Internacionalização”

Recomendação n.º III.1

Elaborar um vade-mécum para a internacionalização

O processo de internacionalização é intrinsecamente um processo individual, quer na perspectiva das empresas quer também na perspectiva dos mercados de destino, não sendo portanto possível definir genericamente uma política de internacionalização para todas as empresas desta fileira.

Como tal, o principal problema, ou forma de abordagem, tem a ver com a análise, por cada um, dos mercados em que pretende entrar, devendo assim fazer um levantamento rigoroso e detalhado desses mercados – e por mercados não devem ser entendidos espaços económicos alargados, podendo muitas vezes corresponder a regiões específicas dentro de alguns países.

Este trabalho de análise deve ser feito em abordagens sucessivas, partindo do “mais geral” e avançando para o “mais detalhado”, relativamente às possibilidades que os produtos de cada um têm de competir nesse mercado, e que dependem do facto de se tratar de um mercado em crescimento, de um mercado emergente, de um mercado maduro, de um mercado com (ou sem) risco – em termos da segurança normal das transações, da segurança jurídica, da segurança política, etc. –, de identificação da concorrência, de identificação dos canais de distribuição, do posicionamento do nosso produto relativamente aos produtos concorrentes, etc.

Em suma, trata-se de uma análise sobre os processos de internacionalização das empresas, mas que levanta a questão da oportunidade da elaboração de um vade-mécum sobre a aproximação à internacionalização, que seria positivo para muitas empresas que, tendo eventualmente a possibilidade, ou pretendendo iniciar uma experiência de internacionalização, pudessem dispor de um instrumento que as ajudasse efetivamente na conceção da sua estratégia de internacionalização.

Recomendação n.º III.2

Identificar a estratégia de internacionalização adequada a cada empresa

Foi também reconhecido que falar de internacionalização de uma forma genérica não tem sentido, atendendo a que há várias modalidades ou fases de internacionalização. Pode haver uma exportação de oportunidade – resultante de um contacto direto de um cliente, ou da participação numa feira ou numa missão empresarial – e que acontece de forma pontual, mas que não constitui uma fase muito desenvolvida de internacionalização.

Podem ser desenvolvidas outras fases, como a procura de agentes, ou a criação de uma sucursal, passando até pela criação dos próprios canais de distribuição, se tal for possível. Estas situações correspondem a diferentes fases de empenhamento das empresas na internacionalização, e é possível admitir que uma empresa internacionalizada possa ter diversas modalidades ou fases de internacionalização em simultâneo, consoante os mercados, em que para alguns mercados faz negócios de oportunidade, noutros pode ter agentes, em alguns terá uma presença mais forte, noutros pode apresentar apenas uma presença de carácter temporário.

Atendendo a que não existem processos únicos para as empresas, nem por tipologia ou por área setorial, nem para mercados eventuais de destino, onde a empresa se pretende posicionar, torna-se assim necessária uma análise cuidada sobre diferentes opções que poderão ser tomadas, nomeadamente um posicionamento num mercado de gama alta e elevado valor acrescentado ou, pelo contrário, através de produtos de margens mais reduzidas. Estas opções deverão ser tomadas de acordo com os seus produtos, com a concorrência existente, com os canais de distribuição utilizados, etc., ou seja, a internacionalização não pode ser feita de modo estereotipado e avulso, mas antes de forma consistente e adaptada à realidade de cada empresa.

E, neste aspeto, foi reforçada a ideia de que só se devem internacionalizar as empresas que tenham capacidade e recursos para tal. Uma empresa que não seja “forte” no mercado nacional, que não tenha capacidade financeira, tecnológica e comercial, não tem condições para se internacionalizar. Pode, eventualmente, efetuar uma ou outra exportação de oportunidade, com carácter pontual, mas não se pode considerar que esteja num processo de internacionalização.

RECOMENDAÇÕES E CONCLUSÕES

Nesse sentido é demagógico dizer às empresas que, simplesmente porque o mercado nacional regrediu, todas terão que se internacionalizar. Isto é verdade apenas para aquelas que possuam capacidade para tal e que se encontrem dispostas a avançar para um determinado tipo de percurso.

Recomendação n.º III.3

Agregar as ações de internacionalização apoiadas por fundos comunitários

No que respeita às formas de abordagem aos mercados tem-se verificado, de modo consensual, que as missões empresariais não apresentam os resultados esperados. Pelo contrário, a experiência tem mostrado que a participação em feiras internacionais apresenta muito melhores resultados.

Os fatores para esta constatação relacionam-se com o contacto direto com os clientes, a possibilidade de os produtos poderem ser tocados e verificados pelos potenciais clientes, bem como encontrar num único espaço os principais parceiros de negócio no setor são, entre outros, os principais motivos pelos quais as feiras representam uma melhor forma de abordagem aos mercados onde se tenciona encetar um processo de internacionalização.

Deve, contudo, ser realçada uma chamada de atenção para o facto de a presença portuguesa em feiras internacionais ter vindo a ser feita de modo muito disperso, verificando-se, por vezes, numa mesma feira várias participações de empresas portuguesas organizadas por entidades distintas, nomeadamente de associações empresariais e da própria AICEP, em simultâneo com participações diretas individuais. Esta dispersão acaba por desvalorizar a presença portuguesa, causando alguma confusão no mercado, não contribuindo em nada para o reforço, já mencionado anteriormente, de uma marca "Portugal", pelo que se recomenda, neste domínio, a aposta numa forma agregada e organizada de participação das empresas portuguesas, permitindo reforçar assim a marca "Portugal".

Recomendação n.º III.4

Identificar estratégias de agregação da oferta

Uma das características que o setor dos materiais de construção possui, em particular, é uma grande fragmentação da oferta comparativamente à procura, sendo esta muito mais concentrada, sobretudo a procura nos mercados mais exigentes, como o europeu ou o norte-americano.

O setor dos materiais de construção é constituído por uma grande quantidade de pequenos fabricantes, que se têm de confrontar com grandes compradores, com uma atitude muito profissional e visão agregada e integrada correspondendo, por exemplo, a grandes empresas ou a centrais de compras internacionais.

Estas características da procura conferem-lhe um elevado poder negocial, sendo difícil para os fabricantes de materiais de construção conseguirem boas condições de resposta se agirem apenas de forma individualizada, cada um por si. Neste ponto salienta-se, novamente, a pertinência de um reforço efetivo da marca “Portugal”, por um lado e, por outro, a necessidade da defesa das marcas individuais de cada empresa. Neste aspeto, surgiu a recomendação de se encontrarem processos intermédios, onde os produtos possam aparecer como oferta agregada – perante projetos, sistemas, mercados, etc. – onde as complementaridades entre os produtos apareçam com um grau avançado de integração e de valorização da oferta, face a uma procura normalmente mais forte.

Exatamente por estas questões de oferta agregada, ou de cooperação, foi analisada a questão relativa a um aspeto central que é a identificação de quais poderiam ser os polos aglutinadores, ou oportunidades, já que as empresas não participam. Aqui já foram identificados alguns, acerca da inovação e da sustentabilidade, que podem levar à participação, mesmo para o mercado interno, de fabricantes diferentes a cooperarem em sistemas e até no desenvolvimento e inovação para satisfazerem requisitos de sistemas, e que poderiam passar, nomeadamente em mercados específicos, por projetos com características específicas, como p.e. resorts de luxo (que estão a ser feitos pelo mundo inteiro), cidades de raiz (que estão a ser construídas em alguns países, com determinadas vocações específicas) ou, também, parques empresariais (lançados por países emergentes que necessitam deste tipo de infraestruturas).

RECOMENDAÇÕES E CONCLUSÕES

Em suma, procurar identificar polos agregadores destas complementaridades e desenhar projetos específicos para isso. Neste aspeto torna-se particularmente relevante o papel dos líderes das parcerias, que poderão ser empresas de construção, empresas de projeto, projetistas ou arquitetos no estrangeiro, entre outros. Todos estes intervenientes são importantes mas não foi possível identificar nenhum como sendo o mais importante, não tendo sido também possível identificar uma tipologia específica para este tipo de lideranças, como por exemplo em função de um produto, ou de um determinado mercado, etc.

Recomendação n.º III.5

Eliminar obstáculos de natureza logística

Os últimos tempos têm vindo a revelar o surgimento de obstáculos de natureza logística, por exemplo ao nível das operações portuárias. Estes estrangulamentos e estrangulamentos ao nível das infraestruturas logísticas, dificultam a dinamização da internacionalização das nossas empresas de materiais de construção, já que os seus produtos se caracterizam por um elevado volume e peso, que requerem infraestruturas de transporte pesado.

Para além das infraestruturas portuárias, é cada vez mais pertinente colocar definitivamente na agenda política a questão do transporte ferroviário de mercadorias como veículo principal de transporte para os mercados europeus.

Recomendação n.º III.6

Promover o financiamento e o investimento

Por último, é consensual em todos os agentes que não há possibilidade de aumento da nossa capacidade exportadora se não houver investimento, seja ele nacional ou estrangeiro, sendo necessário criar condições favoráveis para que tal aconteça e que permita que as empresas nacionais atuais possam usufruir de condições e de apoios comunitários em situação de igualdade para com os novos investidores.

Neste domínio pede-se novamente que haja estabilidade efetiva nas políticas governamentais, tanto ao nível da fiscalidade como do acesso a fontes de financiamento e de incentivos comunitários.

PARTICIPANTES

Tema I - “Inovação”

Vasco Freitas, Prof. Doutor (moderador e relator)
Hipólito de Sousa, Prof.
Nuno Simões, Prof.
Baio Dias, Eng.º
Vitor Francisco, Eng.º
Carlos Mota, Dr.
Cristina Bóia, Eng.ª
Ana Paula Roque, Dra.

Tema II - “Sustentabilidade”

Ana Coelho, Dra. (moderadora)
Vítor Ferreira, Prof. Doutor (relator)
Rui Palaio, Dr.
Tiago Teixeira, Eng.º
Ávila e Sousa, Eng.º
José Luís Nogueira,
Pedro Quadros, Dr.

Tema III - “Internacionalização”

José de Matos, Dr. (moderador e relator)
José Coelho
Fernando Fernandes, Eng.º
Pedro Silva, Dr.
Pedro Figueira, Eng.º
Pedro Reis de Almeida, Eng.º
Adriano Antas, Eng.º
Luís Fonseca, Dr.

Representante da Fundação AEP

Luís Valente de Oliveira, Prof. (Administrador)

